



natürlich sehr positiv, besonders auch deswegen, weil wir im ersten Halbjahr einige Rückschläge hinnehmen mussten. Das zweite Halbjahr hat sich dann sehr gut entwickelt und 2016 wieder zu einem Erfolgsjahr gemacht.“

Der Kurs stimmt

Dass das erste Halbjahr 2016 nicht so positiv gelaufen ist wie geplant, war kein Einzelfall; auch andere Player der Branche haben diese Tendenz bemerkt. Schon im Sommer ist das Geschäft aber dann wieder so richtig in Fahrt gekommen.

„Wir konnten dann einerseits bei bestehenden Kunden mehr machen, wie zum Beispiel bei der Wirtschaftskammer oder mit SW Umwelttechnik. Schön ist aber auch, dass wir einige neue Kunden in kompetitiven Pitches gewonnen haben, wie Böhringer Ingelheim oder Xing.“

Gerade diese zwei Pitches waren laut Wallner in der Branche besonders hart umkämpft.

„Dann haben wir noch etwas gewonnen, über das ich aber aktuell noch nicht sprechen kann; es wird aber eine spannende Kampagne für ein großes Unternehmen“, blickt Wallner bereits ein wenig in die Zukunft.

Als Erfolgsrezept sieht die Agentur-Chefin den „Mix aus strategischer Beratung, Kreativität und digitaler Kompetenz – das kommt am Markt sehr gut an“. Besonders geschätzt wird das Team mit seinen 15 handverlesenen Persönlichkeiten, die in Wien eng zusammenarbeiten und gleichzeitig auf die gesamten Ressourcen von Ketchum zurückgreifen können. „Diese Kombination macht sich für Kunden und Mitarbeiter bezahlt. Seit 2013 geht es uns daher sehr gut und stetig bergauf.“

Erfolg bei vielen Kennzahlen

Erfreulich für Wallner ist zudem der Umstand, dass Ketchum Publico im internationalen



© Giammaria Gava

Vergleich mit äußerst positiven Werten auffällt.

„Wir bekommen innerhalb von Ketchum sehr viel Anerkennung für unsere Performance, und zwar nicht nur aus finanzieller Sicht, sondern auch bei anderen wichtigen Kennzahlen. Wir haben z.B. die höchste Mitarbeiter-Engagement-Rate weltweit und europaweit die höchste Kundenzufriedenheit. Die Kunden- und Mitarbeiterloyalität ist bei uns besonders hoch.“

Ketchum-University

Um das hohe Level halten zu können, gibt es u.a. regelmäßige Fortbildungen über die Ketchum-University. „Da gab es heuer z.B. für alle Mitarbeiter ein digitales Fortbildungstool. Es ging dabei vorrangig um digitale Kommunikation“, erzählt auch Senior-Beraterin und Digital Expert Doris Christina Steiner.

„Denn abgesehen davon, dass wir in diesem Bereich Experten haben, die ganz tief in der Materie drinnen sind, ist es notwendig, dass unser *ganzes* Team hier die Kompetenzen immer weiter ausbaut. Es gilt, vernetzt zu denken und zu arbeiten.“ Zudem kann die Agentur jederzeit auf einen riesigen Pool an Tools von Ketchum zurückgreifen.

„Es handelt sich um Leitfäden oder Plattformen. Wir haben den großen Luxus, dass wir uns das Beste herausholen können und, im Gegensatz zu größeren Märkten, sehr selbstbestimmt arbeiten können“, erklärt auch Senior-Beraterin Nicolette Szalachy.

”

Wir geben Vollgas – und alle haben viel Freude dabei: Unser Team, unsere Eigentümer und natürlich unsere Kunden.

“

Saskia Wallner

Ein weiteres Asset ist das sogenannte Camp Ketchum. „Nachwuchsführungskräfte von Ketchum aus der ganzen Welt werden eine Woche quasi eingesperrt und arbeiten in Teams intensiv an Cases inklusive finaler Präsentation vor einem ‚echten‘ Kunden. Da entsteht richtige Boot-Camp-Atmosphäre“, schmunzelt Wallner, die das jüngste Camp als Ketchum Global Partner und Vortragende mitgestaltet hat.

Camp-Teilnehmerin Szalachy ergänzt: „Das Arbeiten mit den internationalen Kolleginnen und Kollegen macht Spaß und zahlt sich aus – man hat dann keine Hemmungen, um sich künftig z.B. auch im New Business auszutauschen.“

„2017 offensiv geplant“

Im Dezember 2016 hat Ketchum Publico zudem das PR-Qualitätsaudit positiv abgeschlossen und ist seit Jänner Trägerin des Gütezeichens von PR Quality Austria.

„Seit 2011 haben wir die jahrzehntealte Publico zu einer modernen, integrierten Kommunikationsagentur weiterentwickelt und dabei größten Wert auf hohe Qualität und ethisches Verhalten gelegt“, erklärt Geschäftsführerin Saskia Wallner. Und was bringt 2017?

„Es kommen jetzt interessante Anfragen, und auch bei bestehenden Kunden können wir wieder mehr umsetzen. Wir haben das Jahr 2017 daher durchaus offensiv geplant“, riskiert Wallner einen Ausblick auf das aktuelle Jahr.

... Von Michael Fiala

Ketchum Publico-Geschäftsführerin Saskia Wallner zieht im Interview mit medianet eine insgesamt positive, wenn auch zweigeteilte 2016er-Bilanz.

„Ja, wir hatten ein gutes Jahr. Wir haben das erreicht, was wir uns vorgenommen haben. Das ist